

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar global pada era globalisasi seperti saat ini dapat dikatakan menarik. Hal ini terjadi oleh karena dunia sudah tanpa batas, maksudnya adalah antar perusahaan satu dan yang lainnya di Negara manapun perusahaan tersebut berada mereka dapat memperjual belikan barang atau jasa yang mereka produksi dan pasarkan ke Negara manapun yang mereka inginkan. Oleh karena itu, persaingan dunia usaha semakin meningkat tajam, contohnya yaitu dunia usaha dalam bidang restoran cepat saji.

Berkembang pesatnya dunia usaha restoran cepat saji tidak terlepas dari adanya peningkatan akan kualitas kehidupan manusia yang mungkin salah satunya ditandai oleh adanya peningkatan karir yang akhirnya meningkatkan pendapatan dalam keluarga. Peningkatan pendapatan dalam rumah tangga berarti memungkinkan mereka untuk membeli barang atau jasa di luar kebutuhan pokok sehari-hari, seperti makan di restoran apakah itu hanya untuk berkumpul dengan keluarga atau teman atau hanya ingin menikmati waktu libur di ujung minggu, seperti hari sabtu minggu, sehingga meningkatkan pembelian makanan atau minuman di restoran cepat saji. Selain itu, peningkatan kebutuhan dan keinginan pembelian makanan cepat saji mungkin disebabkan oleh adanya keterbatasan waktu dari konsumen dari adanya peningkatan akan karir mereka, sehingga memungkinkan mereka

untuk memilih membeli makanan secara instan, seperti membeli di restoran cepat saji, sehingga hal ini berujung pada peningkatan persaingan dunia usaha, yaitu persaingan untuk mempertahankan, memperebutkan dan memenangkan konsumen di pasar, sehingga eksistensi mereka di industri restoran cepat saji tetap dapat terus dipertahankan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya lebih memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen, sehingga keberadaan mereka di pasar tidak tergerus oleh persaingan yang ketat.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Semua pelanggan mungkin akan selalu berharap untuk memperoleh makanan dengan kualitas produk terbaik dari restoran cepat saji manapun yang mereka beli produknya. Namun kenyataanya, beberapa perusahaan kurang dapat memberikan hal tersebut, seperti halnya di *Solaria Pondok Gede*.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara kepada warga RW 007 Jatibening, Pondok Gede, Bekasi, diperoleh informasi bahwa kualitas produk Solaria adalah sangat mengecewakan. Hal ini terjadi disebabkan oleh karena makanan yang disajikan oleh restoran tersebut, contohnya nasi goreng terasa kurang enak sebab minyak goreng terasa masih lengket dengan nasi, sehingga di lidah terasa kurang nikmat.

Hal ini pun sesuai dengan informasi yang terungkap dari artikel yang dilansir dari *portal* berita *online* bahwa terdapat beberapa konsumen yang merasa kecewa saat sedang menikmati hidangan di *Solaria Depok Town* karena kualitas produk yang diberikan sangat buruk. Pasalnya makanan pesanan konsumen, yaitu nasi goreng yang diantarkan oleh pelayan restoran sangat berminyak dan rasanya kurang enak¹. Oleh karena adanya permasalahan tersebut menyebabkan menurunnya keputusan pembelian.

Faktor ke dua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga yang relatif mahal. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya kepada konsumen. Menetapkan harga yang terlalu tinggi, tentu akan menjadi permasalahan yang serius bagi perusahaan karena akan menurunkan tingkat pendapatan. Jika perusahaan memberikan harga yang relatif murah kepada konsumen, mungkin akan meningkatkan penjualan yang nantinya akan berdampak baik bagi pendapatan perusahaan.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara kepada salah seorang warga RT 005 RW 007 Jatibening, Pondok Gede, Bekasi, diperoleh informasi bahwa harga menu makanan dan minuman di *Solaria Pondok Gede* sangat mahal, sehingga mereka lebih memilih untuk membeli makanan dan minuman dari tempat makan lainnya, seperti warung padang atau warung tegal yang menawarkan harga yang lebih murah.

¹ <http://arsip.mediakonsumen.com/Artikel2416.html>. Diakses pada tanggal 05 Februari 2016

Kemudian, berdasarkan artikel yang dilansir dari *portal* berita *online* terdapat beberapa uraian bahwa harga yang diberikan solaria makin lama makin bertambah mahal². Oleh karena, harga yang mahal tersebut, pada akhirnya mungkin menyebabkan rendahnya keputusan pembelian di restoran cepat saji tersebut.

Faktor ke tiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan sebuah usaha yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui wawancara kepada warga RW 007 Jatibening, Pondok Gede, Bekasi, diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan di Solaria sangat mengecewakan. Masalah yang terjadi adalah tidak adanya respon yang baik dari para pelayan, selain itu, pelanggan harus menunggu sangat lama untuk dapat menikmati hidangan yang telah kita pesan di Solaria, sehingga membuat banyak konsumen merasa kecewa, yang pada akhirnya menyebabkan berkurangnya keputusan pembelian pada konsumen.

Berdasarkan artikel yang dilansir dari *portal* berita *online* diketahui bahwa terdapat beberapa konsumen melakukan protes saat sedang mengunjungi *Solaria*, karena buruknya pelayanan yang diberikan. Hal ini dipicu, ketika beberapa konsumen yang baru datang disugukan dengan pemandangan wajah waraniaga solaria yang tidak mengenakan. Dan ketika

² <http://m.kaskus.co.id/post/557d6a2392523377468b4572>. Diakses pada tanggal 05 Februari 2016

konsumen ingin menanyakan tentang menu yang ada pada restoran tersebut, namun pelayan restoran tersebut hanya berlalu dan mengabaikan pertanyaan-pertanyaan itu³. Oleh karena permasalahan tersebut menyebabkan konsumen kecewa dan enggan untuk melakukan pembelian di tempat tersebut.

Dari uraian tersebut, maka peneliti ingin meneliti lebih jauh di *Solaria Pondok* diantaranya yaitu, kualitas produk yang kurang baik, harga yang mahal dan kualitas pelayanan yang tidak baik.

Berdasarkan kompleksnya masalah-masalah yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai hal-hal yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian konsumen, yaitu sebagai berikut:

- A. Kualitas produk yang kurang baik
- B. Harga yang mahal
- C. Kualitas pelayanan yang tidak baik

³ <http://forum.detik.com/showthread.php>. Diakses pada tanggal 05 Februari 2016

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian konsumen merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian di *Solaria Pondok Gede* pada warga RW 007 Kelurahan Jatibening Kecamatan Pondok Gede Di Bekasi”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian di *Solaria Pondok Gede* pada warga RW 007 Kelurahan Jatibening Kecamatan Pondok Gede Di Bekasi?”

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang pengusaha ataupun bekerja di perusahaan. Selain itu penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, dan dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya dalam meneliti mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, perusahaan dapat mengambil kebijakan atau keputusan yang dipandang perlu dalam usaha meningkatkan keputusan pembelian. Dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan tentang perusahaan bisnis di bidang restoran cepat saji. Selain itu, dapat dijadikan sebagai bahan referensi bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian.

5. Masyarakat

Sebagai bahan masukan bagi masyarakat umum mengenai kajian kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.